



## PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, KINERJA KEUANGAN, DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

Ersa Sabila Putri Pratama, Imam Ghozali<sup>1</sup>

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*This study was conducted to investigate the effect of environmental performance, financial performance, and company characteristics on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). In this study, the characteristics of the companies tested include the size of the company and the age of the company. In addition, financial performance is measured by Return on Assets (ROA) and leverage.*

*The sample used in this study is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019 – 2020. The sample selection used the purposive sampling method with the criteria and requirements determined by the researcher. The total research sample is 104 companies based on the criteria set by the researcher. This research uses multiple linear regression analysis method.*

*The results showed that simultaneously all independent variables, namely environmental performance, Return on Assets (ROA), leverage, company size and company age had an effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). Partially, the results of the study show that environmental performance, company size, and company age have a significant positive influence on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). Return on Assets (ROA) has an insignificant positive effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), while leverage has an insignificant negative effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR).*

*Keywords: environmental performance, financial performance, company size, company age, Corporate Social Responsibility (CSR).*

### PENDAHULUAN

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi hal yang penting untuk dilaporkan oleh perusahaan. Hal ini terjadi karena kegiatan operasional yang dijalankan perusahaan tidak lepas dari dampak yang muncul di lingkungan masyarakat (Sari & Mimba, 2015). Timbulnya dampak lingkungan ini akibat dari penggunaan sumber daya secara maksimal sehingga menimbulkan kesenjangan, polusi, dan timbulnya limbah produksi (Harahap, 1999). Pengungkapan CSR dijadikan sebagai cara perusahaan untuk mengomunikasikan dampak lingkungan dan sosial akibat dari kegiatan operasional kepada *stakeholder* (Sudaryanto, 2011). Pendapat ini didukung sejalan dengan Caroll (1979) dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian kepada *stakeholder* dengan cara pemenuhan tanggung jawab dalam aspek hukum, etika, ekonomi, serta kontribusi perusahaan.

Di Indonesia, undang – undang nomor 40 tahun 2007 telah mengatur kewajiban Perseroan Terbatas (PT) untuk menjalankan tanggung jawab sosial. Pada kenyataannya, peraturan tersebut belum mampu mencegah pelanggaran yang dilakukan perusahaan dalam menangani dampak negative di bidang social dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat pada pelanggaran yang PT Greenfield di tahun 2020. PT Greenfield melakukan pembuangan limbah peternakan sapi perah yang membuat sungai tercemar. Pelanggaran ini tidak hanya memberikan dampak negatif bagi lingkungan saja tetapi juga dirasakan oleh masyarakat. Pelanggaran dalam menjalankan tanggung jawab social ini

mencerminkan bahwa masih terdapat perusahaan kurang memahami pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR). Terdapat lima alasan mengapa perusahaan perlu megungkapkan CSR yaitu sebagai upaya peningkatan kinerja keuangan, memberikan kontribusi pada nilai pasar, memberikan dampak positif pada masyarakat, meningkatkan kualitas produk, dan memberikan koneksi pada konsumen (Polonsky & Jevons, 2009).

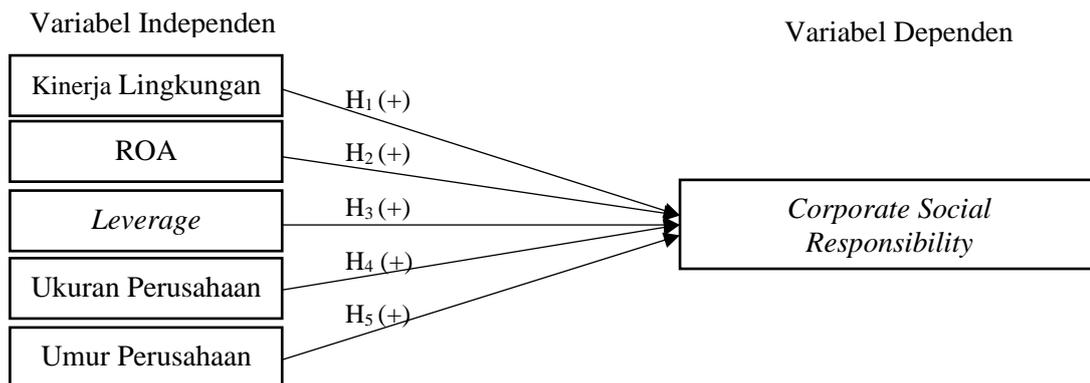
Ditemukannya perusahaan yang melakukan pelanggaran sosial dan lingkungan menandakan bahwa perusahaan belum memahami pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penyelenggaraan pengungkapan CSR bukan menjadi beban tambahan yang harus dikeluarkan lagi tetapi CSR menjadi keputusan jangka panjang yang menguntungkan. Pengungkapan CSR membantu perusahaan untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan (Chariri, 2008). Hal ini dapat menjadi pengurangan politis bagi perusahaan sehingga mampu menghindari tuntutan masyarakat sehingga perusahaan mampu menciptakan penghematan untuk meningkatkan laba. Terhindarnya masalah sosial dan lingkungan juga mampu meningkatkan citra positif bagi masyarakat sehingga perusahaan dapat menjaga keberlangsungan hidupnya.

Penelitian ini diselenggarakan untuk menginvestigasi dan memperoleh bukti secara empiris mengenai pengaruh kinerja lingkungan, kinerja keuangan (*Return on Assets* (ROA) dan *leverage*), dan karakteristik perusahaan (ukuran dan umur perusahaan) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Karakteristik perusahaan digunakan sebagai variabel independen tambahan yang diuji dalam penelitian ini. Objek pada penelitian ini menggunakan perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019 – 2020. Sektor manufaktur dipilih karena kegiatan operasional perusahaan manufaktur berkaitan dengan lingkungan, limbah, dan masyarakat sehingga perusahaan memiliki pengaruh terhadap lingkungan dan social sehingga perlu melakukan pengungkapan CSR (Putri, Santi, & Afni, 2021)

### KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pada bagian ini akan digambarkan hubungan keseluruhan variabel yakni hubungan variabel independen terhadap variabel dependen pada kerangka pemikiran di bawah:

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran dalam Penelitian**



### Teori Stakeholder

*Stakeholder Theory* pertama kali diperkenalkan oleh Freeman (1984) dimana teori ini menjelaskan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan terhadap *stakeholder*. Keberadaan *Stakeholder* mencakup konsumen, masyarakat, pemerintah, kreditor, *supplier*; pemegang saham, serta pihak-pihak yang memiliki kepentingan (Chariri & Ghozali, 2014). Beroperasinya suatu perusahaan bukan sekadar merealisasikan kepentingannya sendiri melainkan juga memberikan dampak baik bagi para *stakeholder* (Chariri & Ghozali, 2007). Pernyataan tersebut menguatkan konsep tentang tanggung jawab perusahaan yang tidak semata – mata bertanggung jawab terhadap *shareholder* melainkan juga berkenaan dengan *stakeholder* (Maulida & Adam, 2012). Dalam rangka

pemenuhan tanggung jawab kepada *stakeholder* – nya, perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR menjadi cara bagi perusahaan untuk mengomunikasikan kepada *stakeholder* tentang informasi performa perusahaan mengenai informasi lingkungan, sosial, dan ekonomi.

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi (*legitimacy theory*) menerangkan bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat yang timbul akibat sumber ekonomi yang digunakan perusahaan dalam beroperasi (Chariri & Ghozali, 2007). Kontrak sosial tersebut mewakili ekspektasi masyarakat bahwa dengan suksesnya perusahaan dalam berkreasi juga memperhatikan konsekuensi manusia, lingkungan, dan sosial lainnya yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Perusahaan harus menangani konsekuensi dengan memenuhi keinginan masyarakat untuk melegitimasi kepentingan perusahaan (Tilt, 1994). Pelaksanaan kinerja lingkungan dan sosial menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya memenuhi hak investor tetapi juga melakukan pemenuhan atas hak – hak yang dimiliki oleh masyarakat (Deegan and Brown, 1996). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi usaha yang ditempuh perusahaan untuk meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan telah menjalankan aktivitas operasional sesuai dengan norma – norma yang berlaku sehingga perusahaan mendapat legitimasi (Rawi, 2010).

### **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Penafsiran CSR menurut *The World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) yaitu keselarasan entitas dalam menerapkan etika berperilaku yang baik saat menjalankan operasional serta keterlibatan perusahaan dalam andil pembangunan ekonomi berkelanjutan. CSR merupakan bentuk kesadaran perusahaan dimana keberadaannya tidak hanya mementingkan perolehan laba tetapi juga mengambil peran dalam kelestarian lingkungan serta kesejahteraan masyarakat (Elkington, 1998).

Kegiatan operasional yang dijalankan perusahaan memberikan dampak di lingkungan masyarakat (Sari and Mimba, 2015). Perusahaan melaporkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna mempertanggungjawabkan dampak dari kegiatan operasionalnya dan memenuhi peraturan yang telah ditetapkan. Di Indonesia, penerapan CSR diarahkan Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 terkait Perseroan Terbatas. Setiap tahunnya, entitas diharuskan melaporkan aktivitas CSR perusahaan sesuai dengan PSAK No. 1 paragraf 9 yang secara tidak langsung memberikan arahan kepada perusahaan untuk mengomunikasikan tanggung jawab sosial. CSR menjadi media komunikasi perusahaan untuk mengemukakan informasi kepada pihak berkepentingan dan masyarakat atas kegiatan operasional yang memberikan dampak lingkungan dan sosial (Sudaryanto, 2011). Pelaporan CSR akan menunjukkan akuntabilitas dan keterbukaan informasi milik perusahaan sehingga memberikan manfaat secara sosial maupun ekonomi (Crowther David, 2008).

### **Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR**

Kinerja lingkungan adalah pencapaian perusahaan dalam mengelola masalah – masalah sosial yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan (Shodia *et al*, 2020). Di dalam kinerja lingkungan, perusahaan akan menyediakan informasi tentang pencapaian perusahaan dalam memenuhi kebijakan lingkungan (OECD, 2019). Pemenuhan kebijakan lingkungan tersebut dapat terlaksana ketika perusahaan menciptakan penyelenggaraan lingkungan yang baik (*green*) (Sutarno *et al*, 2006).

Kinerja lingkungan yang baik dapat ditentukan dari sejauh mana perusahaan memiliki kepedulian lingkungan dan mengungkapkan tanggungjawabnya (Permana, 2012). Pendapat ini sejalan dengan teori *stakeholder* dan legitimasi. Teori *stakeholder* menjelaskan ketika menjalankan kegiatan operasi, perusahaan juga memiliki tanggung jawab pada *stakeholder* (Ghozali dan Chariri, 2019). Salah satu cara pemenuhan tanggung jawab tersebut dengan menyelenggarakan kegiatan operasional yang sesuai dengan nilai dan norma guna terpenuhinya kontrak sosial. Sejalan dengan teori legitimasi, perusahaan harus menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berorientasi pada

kelompok masyarakat dan pemerintah (Grey *et al*, 1996). Hal tersebut terjadi karena kegiatan operasional perusahaan selalu berdampak dengan lingkungan masyarakat (Sari dan Mimba, 2015). Kinerja lingkungan baik mampu mendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu cara pemenuhan ekspektasi *stakeholder* terhadap perusahaan. Penelitian Ramadhan *et al* (2019) menjelaskan bahwa kinerja lingkungan mendukung pengungkapan CSR dengan kinerja lingkungan yang baik akan mengungkapkan CSR perusahaan dapat menghindari masalah yang akan timbul kedepannya. Mendasar dari hasil pengujian tersebut, hipotesis yang diperoleh yaitu:

*H<sub>1</sub>: Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR*

### **Pengaruh Return on Assets (ROA) terhadap Pengungkapan CSR**

*Return on Assets* (ROA) merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas. ROA menunjukkan posisi keuangan yang berisi komparasi antara laba bersih dan total aset perusahaan (Winter *et al*, 2019). Perusahaan dengan ROA yang baik akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pendapat tersebut juga sejalan dengan teori *stakeholder* dimana kegiatan operasional perusahaan bukan sekedar memenuhi kepentingan sendiri melainkan juga harus memberikan dampak baik bagi para *stakeholder* – nya (Chariri & Ghozali, 2014). CSR merupakan salah satu bentuk komitmen bisnis yang dijalankan perusahaan untuk mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan. Hal tersebut sesuai dengan teori legitimasi dimana perusahaan yang sudah menjalankan peraturan (*legitimate*) dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka akan menghindari biaya yang akan timbul akibat pelanggaran yang dilakukan. Oleh karenanya, perolehan laba tidak akan terpotong akibat sanksi yang didapat. Tidak terkenanya sanksi ini mengakibatkan tingkat penjualan meningkat seiring dengan menurunnya biaya maka laba bersih perusahaan akan meningkat dan akan berdampak positif terhadap ROA (Xie, Jia, Meng, & Li, 2017).

Hasil penelitian Nagara dan Pangaribuan (2019) *Return on Assets* dapat mendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut terjadi karena CSR dapat membantu entitas dalam meningkatkan performa keuangannya. Rasio ROA dijadikan investor sebagai tolak ukur tentang kesanggupan perusahaan dalam memperoleh laba. Terpenuhinya kewajiban perusahaan dalam menghasilkan laba akan memudahkan penerapan CSR sehingga terjalinnya hubungan baik dengan para *stakeholder*. Mendasar dari hasil pengujian tersebut, hipotesis yang diperoleh yaitu:

*H<sub>2</sub>: Return on Assets (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR*

### **Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR**

*Leverage* menunjukkan rasio tentang ketergantungan perusahaan terhadap utang yang dipakai untuk menyelenggarakan aktivitas operasioanal (Kamir, 2014). Menurut Hidayat (2007), perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan mengungkap *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara luas untuk menyediakan informasi bagi kreditur. Pendapat tersebut sejalan dengan teori legitimasi dimana pengungkapan tanggung jawab sosial diperlukan oleh perusahaan guna memperoleh legitimasi dari pihak yang mendukung perusahaan. Pengungkapan CSR ini dapat membantu kreditur karena Ketika perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi maka akan melakukan pengungkapan sukarela dengan lebih tinggi pula. Hal tersebut terjadi karena perusahaan memerlukan legitimasi dari kreditur.

Teori *stakeholder* juga mendukung hubungan *leverage* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dimana luasnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan mampu dilihat oleh investor maupun kreditur sebagai bentuk jaminan akan keberlangsungan perusahaan (Putri & Christiawan, 2014). Jaminan ini diberikan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* – nya. Penelitian tentang hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan Li, Yuanhui dkk (2013) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *Corporate*

*Social Responsibility* (CSR). Mendasar dari hasil pengujian tersebut, hipotesis yang diperoleh yaitu:

*H<sub>3</sub>: Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR*

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR**

Ukuran perusahaan merupakan gambaran atau skala yang menjelaskan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki andil dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena ukuran perusahaan mampu memberikan bantuan bagi perusahaan ketika menerangkan visibilitasnya. Visibilitas dapat mendorong perusahaan untuk proaktif dan bereaksi untuk menyelesaikan masalah sosial dan politik (Bowen, 2000).

Perusahaan akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholdernya*. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder*, dimana pengungkapan CSR sebagai bentuk komunikasi atas tanggung jawab perusahaan. Menurut teori legitimasi, perusahaan dengan ukuran besar memiliki tanggung jawab yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Cheers, 2011). Berdasarkan pendapat tersebut, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan melakukan lebih banyak pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna memenuhi tanggung jawab tersebut. Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Purwanto (2011) dimana ukuran perusahaan memengaruhi pengungkapan CSR. Mendasar dari hasil pengujian tersebut, hipotesis yang diperoleh yaitu:

*H<sub>4</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR*

### **Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR**

Umur perusahaan menunjukkan kedewasaan yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan dengan umur yang panjang dipandang mampu menghadapi masalah sebelumnya sehingga bisa bertahan hingga sekarang. Hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi dimana perusahaan mengupayakan pengakuan baik dari *stakeholdernya* guna mempertahankan keberlangsungan hidupnya (Hidayati & Murni, 2009). Salah satu cara memperoleh pengakuan yang baik dari *stakeholder*, perusahaan dapat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Teori *stakeholder* dijadikan pedoman bagi perusahaan untuk menjelaskan pengungkapan sosial dan lingkungan sehingga mampu memenuhi ekspektasi atau harapan *stakeholder* (Sutantoputro *et al* 2009).

Pemenuhan ekspektasi ini mampu menjaga dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan mampu bertahan di tengah masyarakat dengan dukungan yang ada. Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pendapat ini sejalan dengan perolehan hasil observasi Mahdi Salehi dkk (2018) menunjukkan bahwa *firm age* memiliki simultan terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Mendasar dari hasil pengujian tersebut, hipotesis yang diperoleh yaitu:

*H<sub>5</sub>: Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR*

### **MODEL PENELITIAN**

Dalam penelitian digunakan dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan variabel independen yang digunakan adalah *Return on Assets* (ROA), *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan. Dalam tabel berikut dipaparkan definisi operasional variabel penelitian:

**Tabel 1**  
**Definisi Operasional Perusahaan**

No	Nama Variabel	Pengukuran
1	Pengungkapan CSR	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)</i> = Indikator yang dipenuhi perusahaan : Jumlah Total Indikator
2	Kinerja Lingkungan	Variabel <i>dummy</i> , (PROPER = perusahaan dengan peringkat emas <i>scoring</i> 5, peringkat hijau <i>scoring</i> 4, peringkat biru <i>scoring</i> 3, peringkat merah <i>scoring</i> 2, peringkat hitam <i>scoring</i> 1)
3	ROA	<i>Return on Assets (ROA)</i> = <i>net income</i> : <i>Total Assets</i>
4	<i>Leverage</i>	<i>Debt to Total Assets (DAR)</i> = Total kewajiban : Total Aset
5	Ukuran Perusahaan	Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ) = Ln(Total Aset)
6	Umur Perusahaan	Umur Perusahaan ( <i>AGE</i> ) = selisih tahun penelitian – tahun pertama <i>Initial Public Offering (IPO)</i>

### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah keseluruhan perusahaan manufaktur dan jasa yang *listing* BEI tahun 2019 dan 2020. Sampel penelitian ditentukan melalui penggunaan *purposive sampling*, yaitu ialah jalan pemungutan sampel dengan mendasarkan pada beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran & Roger, 2017) meliputi:

1. Perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2019 – 2020. Pemilihan tahun 2019 – 2020 sebagai periode pengamatan untuk memperoleh relevansi dalam respon fenomena gap yang ada dan menunjukkan hasil yang lebih *up to date*.
2. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan tahunan pada periode 2019 hingga 2020 secara berturut – turut dan laporan keuangan tahunan dilaporkan dengan mata uang rupiah.
3. Perusahaan manufaktur yang menjadi peserta dalam Program Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) pada tahun 2019 – 2020.

### Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Uji ini diaplikasikan dalam memperkirakan pengaruh dari variabel independen kepada independen. Persamaan dalam pengujian adalah seperti ditampilkan di bawah ini:

$$CSRDI = \alpha + \beta_1 \text{ PROPER} + \beta_2 \text{ ROA} + \beta_3 \text{ LEV} + \beta_4 \text{ SIZE} + \beta_5 \text{ AGE} + \xi$$

Keterangan:

CSRDI	= <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>
$\alpha$	= <i>Intercept</i>
PROPER	= Kinerja Lingkungan
ROA	= <i>Return on Assets</i>
LEV	= <i>Leverage</i>
SIZE	= Ukuran Perusahaan
AGE	= Umur Perusahaan
$\beta_{1-5}$	= Nilai koefisien dari setiap variabel penelitian
$\xi$	= Koefisien <i>error</i>

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Objek Penelitian

Berdasarkan proses pemilihan sampel yang dilakukan dengan mengacu pada kriteria sampel, diperoleh data penelitian sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Populasi dan Sampel**

No	Persyaratan dan Kriteria	Total
1	Perusahaan sector manufaktur yang <i>listing</i> di BEI	195
2	Perusahaan manufaktur yang <i>listing</i> tahun 2019 dan / atau 2020	
	- <i>Listing</i> 2019	(14)
	- <i>Listing</i> 2020	(12)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan satuan mata uang rupiah (Rp)	(33)
4	Perusahaan yang tidak berpartisipasi dalam PROPER	(84)
	Keseluruhan perusahaan manufaktur yang dapat digunakan sebagai objek penelitian	52
<b>Total Sampel Penelitian Akhir (52 x 2 tahun)</b>		<b>104</b>

### Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 3**  
**Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	104	0,1758	0,8901	0,603656	0,1348795
ROA	104	-1,0498	0,6072	0,058734	0,1619548
LEV	104	0,0925	1,9888	0,459901	0,2768367
SIZE	104	26,7015	33,4945	29,259653	1,5947129
UMUR	104	1	39	21,37	10,575
Valid N (listwise)	104				

Sumber: *Output SPSS 20*, olah data sekunder tahun 2022

**Tabel 4**  
**Statistik Deskriptif Variabel PROPER**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Merah	8	7,7	7,7	7,7
	Biru	89	85,6	85,6	93,3
	Hijau	6	5,8	5,8	99,0
	Emas	1	1,0	1,0	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Sumber: *Output SPSS 20*, olah data sekunder tahun 2022

### Uji Hipotesis

**Tabel 5**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,805 <sup>a</sup>	,649	,631	,0819503	1,935

a. Predictors: (Constant), UMUR, LEV, ROA, PROPER, SIZE\_2

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS 20, olah data sekunder tahun 2022

Hasil dari pengujian koefisien determinan yang ditunjukkan pada tabel 5 memperoleh hasil  $R^2$  sebesar 0,631. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menjadi variabel terikat penelitian sebesar 63,1%. Selain itu, terdapat nilai sebesar 36,9% yang muncul dari variabel di luar model regresi dapat menjelaskan variabel terikat.

**Tabel 6**  
Uji F-test

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,216	5	,243	36,203	,000 <sup>a</sup>
	Residual	,658	98	,007		
	Total	1,874	103			

a. Predictors: (Constant), UMUR, LEV, ROA, PROPER, SIZE\_2

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS 20, olah data sekunder tahun 2022

Uji F-test memperoleh nilai F sebesar 36,203 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu PROPER, ROA, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan memiliki pengaruh (simultan) terhadap variabel terikat yaitu pengungkapan CSR sehingga model regresi dapat terpenuhi.

**Tabel 7**  
Uji t-test

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,669	,171		-3,922	,000		
	PROPER	,195	,021	,605	9,316	,000	,849	1,177
	ROA	,041	,053	,049	,774	,441	,880	1,136
	LEV	-,042	,031	-,086	-1,371	,174	,914	1,095
	SIZE_2	,023	,006	,266	3,973	,000	,799	1,252
	UMUR	,002	,001	,164	2,298	,024	,702	1,424

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS 20, olah data sekunder tahun 2022

Dari hasil Uji t-test yang diperoleh pada tabel di atas, maka persamaan regresi menjadi:

$$CSR = -0,669 + 0,195PROPER + 0,041ROA - 0,042LEV + 0,023SIZE + 0,002AGE + \varepsilon$$

### Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR

Dilihat dari hasil pengujian, kinerja lingkungan dengan proksi PROPER, memperoleh nilai koefisien positif dengan 0,195. Lebih dari, angka signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang mana

angka ini lebih kecil dari 0,05 sehingga kinerja lingkungan memengaruhi secara positif signifikan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), mengartikan **H<sub>1</sub> diterima**.

Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi peringkat perusahaan dalam Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) maka semakin tinggi juga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil tersebut didukung dengan teori *stakeholder* dimana perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham tetapi juga kepada *stakeholder* atau pemangku kepentingan (Maulida & Adam, 2012). Keikutsertaan perusahaan dalam Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) merupakan salah satu cara perusahaan mempertanggungjawabkan kinerja lingkungannya terhadap *stakeholder*. Hasil ini juga didukung teori legitimasi, dimana dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan berusaha memenuhi kontrak sosial sehingga perusahaan akan terlihat legitimate. Ketika perusahaan terlegitimasi maka hubungan baik akan terjaga di antara perusahaan dan *stakeholder* – nya. Perusahaan dengan peringkat PROPER yang baik akan menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat sehingga perusahaan dapat memperoleh “izin sosial”.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ramadhan, Haedar, Asriani, E Malik dan MY Zamhuri (2019); Rakhiemah dan Dian (2007) dimana kinerja lingkungan yang diprosikan dengan PROPER memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap Pengungkapan CSR**

Pada pengujian parsial, nilai koefisien variabel *Return on Assets* (ROA) menunjukkan hasil sebesar 0,041 sedangkan angka signifikasinya 0,441. Nilai signifikansi variabel ROA lebih besar dari 0,050. Hal ini menandakan bahwa ROA memberikan pengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau dengan kata lain **H<sub>2</sub> ditolak**.

Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan dengan tingkat *Return on Assets* (ROA) yang tinggi tidak berarti mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara luas. *Return on Assets* (ROA) dibutuhkan *stakeholder* untuk mengetahui posisi keuangan suatu perusahaan dengan cara membandingkan laba bersih dan total asset perusahaan (Winter dkk 2019). Menurut Putri (2013), ROA yang tinggi mencerminkan bahwa kinerja keuangan terlaksana dengan baik. Maulana, Fahri dan Yuyetta, Etna (2014) mengatakan bahwa *stakeholder* lebih membutuhkan kelengkapan laporan perusahaan yang menjelaskan tentang kinerja perusahaan dimana ketika perusahaan memiliki laba yang lebih besar tidak menjadi jaminan bahwa perusahaan masih perlu mengungkapkan CSR dengan lebih luas.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Fajriani *et al* (2018) dimana *Return on Assets* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu, penelitian Atrina, Naidia *et al* (2017), Respati, Rheza *et al* (2015), dan Fahri and Yuyetta (2014) mendukung hasil tersebut.

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR**

Pada uji parsial, variabel *leverage* memperoleh nilai koefisiensi yang negatif sebesar -0,042. Hal tersebut menggambarkan bahwa variabel memberikan pengaruh secara negatif. Nilai signifikansi variabel ini sebesar 0,174. Hasil signifikansi lebih besar dari 0,050 sehingga variabel *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dapat disimpulkan bahwa *leverage* memberikan pengaruh negative tidak signifikan sehingga **H<sub>3</sub> ditolak**.

Pada pengujian hipotesis tiga, besarnya rasio utang tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut pendapat Sembiring (2005), perusahaan dengan kepemilikan *leverage* yang tinggi memiliki kecenderungan mengurangi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut terjadi karena perusahaan berusaha menghindari sorotan dari pihak kreditur. Selain itu, pelaporan CSR telah diatur UU Perseroan Terbatas No 40 tahun 2007 mengakibatkan perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi maupun rendah akan tetap melaporkan pengungkapan CSR yang diperuntukan bagi *stakeholder*.

Hasil penelitian ini didukung Fahry Maulana (2014); Mahdi Salehi *et al* (2018); Rheza Dwi *et al* (2015) menyaran bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR**

Pada pengujian hipotesis, ukuran perusahaan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,023. Selain itu, nilai signifikansi ukuran perusahaan sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut dibawah 0,050 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan hasil tersebut, variable ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR diartikan **H<sub>4</sub> diterima**.

Menurut teori legitimasi, perusahaan dengan ukuran besar akan lebih banyak memperoleh perhatian masyarakat sehingga memiliki tanggung jawab yang lebih besar pula (Sembiring 2006). Hal tersebut akan mendorong perusahaan mengungkapkan informasi yang dibutuhkan bagi *stakeholder* (Respati & Rheza 2015). Hasil penelitian Mailani (2012) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi pengungkapan informasi guna menjelaskan visibilitas perusahaan sehingga mampu mendukung perusahaan dalam menyelesaikan masalah sosia dan politiknya. Teori *stakeholder* juga mengungkapkan keterbukaan informasi perusahaan dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder* – nya.

Hasil ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan Indah Fajriani *et al* (2018), Naidia Atrina dan Aditya Septiani (2017), dan Mahdi Salehi *et al* (2018) dimana terdapat pengaruh positif signifikan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR**

Pada pengujian parsial, *output* nilai koefisien variabel umur perusahaan memperoleh hasil 0,002 dengan signifikansi 0,024. Nilai signifikansi variabel umur perusahaan memperoleh hasil di bawah 0,050. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga **H<sub>5</sub> diterima**.

Panjangnya umur perusahaan menandakan bahwa perusahaan mampu menjaga eksistensinya sehingga mampu bersaing (Widiastuti 2002). Menurut teori legitimasi, perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dari pemangku kepentingannya untuk menjaga eksistensinya sehingga perusahaan akan menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di dalam masyarakat. Pendapat ini sejalan dengan teori *stakeholder* dimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi cara komunikasi perusahaan kepada *stakeholder* – nya guna menyampaikan informasi tentang tanggung jawab yang telah dipenuhi oleh perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan dan *stakeholder* memiliki hubungan timbal balik. Disatu sisi perusahaan dituntut untuk melaksanakan tanggung jawabnya. Pemenuhan tanggung jawab tersebut akan membuat perusahaan memiliki citra yang baik sehingga dapat bertahan di tengah persaingan.

Hasil penelitian yang dilakukan Mahdi Salehi dkk (2018) menunjukkan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian yang dilaksanakan Indah Fajriani dkk (2018) juga memperoleh hasil yang sama.

### **KESIMPULAN**

Tujuan akhir atas proses penelitian yang telah dilakukan di antaranya dimulai dari pengumpulan data sampai akhirnya data dapat diinterpretasikan memperoleh hasil bahwa berdasarkan hasil uji ditemukan bahwa *Return on Assets* (ROA) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu, *leverage* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel PROPER, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan sama – sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian kali ini tidak luput dari keterbatasan yang diantaranya adalah pertama ditemukan perusahaan yang kurang rinci dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunannya. Hal tersebut mengakibatkan berkurangnya item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Rendahnya jumlah sampel selama 1 tahun yaitu 52 perusahaan. Hal tersebut terjadi karena perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) banyak yang belum memenuhi kriteria penelitian. Salah satu kriteria yang banyak belum dipenuhi oleh populasi penelitian adalah perusahaan belum menjadi peserta Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dengan rentang tahun 2019 – 2020. Adanya keterbatasan pada penelitian ini, peneliti memberikan beberapa masukan dan saran yang dapat digunakan pada penelitian yaitu menambahkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) sebagai dasar penilaian pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga penelitian kedepannya tidak hanya menggunakan laporan tahunan (*annual report*). Hal tersebut diharapkan mampu memperjelas item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Lalu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas model dengan menambah faktor – faktor lain seperti ukuran dewan direksi, sensitivitas industri dan perusahaan yang diaudit oleh KAP *big four*.

## REFERENSI

- A. Ramadhan, H. A. (2019). Company characteristics and CSR disclosure toward environmental performance. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1). doi:10.1088/1755-1315/343/1/012146
- Aviana, A. (2019). Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi empiris perusahaan manufaktur listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2018). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini, & Rahayu, D. H. (2018). Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 11-18. doi:10.25105/mrbm.v18i1.4991
- Heryanto, R., & dan Juliarto, A. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Ejurnal akuntansi undip*, 6(4), 1-8.
- Hijrah, & Amanah. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(2), 295-307. Retrieved from <https://jamal.ub.ac.id/index.php/jamal/article/view/1131>
- Indrawati, N. S., Mardani, R. M., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Return On Equity (ROE), Return On Asset (ROA), Dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR) (Studi pada Sub Sektor Properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *e-Jurnal Riset Manajemen FEB Unisma*, 134-148.
- Kartini, P. T., Mauyarni, R., & Tiswiyanti, W. (2019). Pengaruh Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 343- 366.
- Luthfiana, F. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Liputan Media Terhadap Environmental Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI Periode 2013-2015). Retrieved from <http://repository.ump.ac.id/id/eprint/1439>



- Nagara, V. A., & Pangaribuan, H. (2020). Pengaruh Pengungkapan Return on Assets terhadap Pengungkapan CSR. 46-58.
- Nugraheni, N. A., & Wahyuni, W. (2021). Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 24-34.
- Polonsky, M., & Jevons, C. (2009). Global Branding and Strategic CSR: An Overview of Three Types of Complexit. *International Marketing Review*, 26(3), 327-347. doi:<https://doi.org/10.1108/02651330910960816>
- Putra, Y. P. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. 2(2), 227-236.
- Putra, Y. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 2(2), 227. doi:10.32502/jab.v2i2.1175
- Putri, B. U., Santi, E., & Afni, Z. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI). *JABEI*, 1(1), 66-78.
- Ramadhani, R., & Maresti, D. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Dewan Direksi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 78 - 83. doi:10.33087/ekonomis.v5i1.262
- Rusgowanto, F., & R.R.Pangebean, d. (2021). The influence of Company Characteristics, Intellectual Capital, and CSR Toward Company Values on Companies Listed on BEI in 2014 -1017. *Earth and Environmental Science*. doi:10.1088/1755-1315/729/1/012112
- Salehi, M., Tarighi, H., & Rezanezhad, M. (2019). Empirical study on the effective factors of social responsibility disclosure of Iranian companies. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 34-55. doi:10.1108/jabes-06-2018-0028
- Sari, & Mimba. (2015). Pengaruh Manajemen Laba, Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 629-645.
- Sudaryanto. (2011). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Finansial Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure Sebagai variabel intervening.
- Tua, S. M. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BeI) Periode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 227 - 244. doi: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i2.544>
- Wahyurini, R., & Chariri, A. (2020). Peran Aktivitas Komite Audit dalam Memoderasi Hubungan antara CED dan Nilai Perusahaan. Retrieved from <https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/6886>
- Wulandari, R., & Septiani, A. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap sustainability disclosure. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 478-480.
- Xie, X., Jia, Y., Meng, X., & Li, C. (2017). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Financial Performance: The Moderating Effect Of The Institutional Environment In Two Transition Economies, 26-39.